

Fenomena "maternity harassment" sebagai salah satu wujud ketidaksetaraan gender dalam dunia kerja Jepang (analisis media pembingkai terhadap perusahaan terkait fenomena maternity harassment dalam portal berita Yomiuri Grup dan Nihon Keizai Grup) = Maternity "harassment phenomenon" in Japanese work environment (an analysis of media frame to Japanese corporation in relation to the maternity harassment in the Yomiuri Group and Nihon Keizai Group online media articles) / Ni Luh Putu Arsi Widiasih

Ni Luh Putu Arsi Widiasih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482992&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Kondisi Jepang yang sedang mengalami stagnansi ekonomi, dan kekurangan tenaga kerja produktif, mendorong pemerintah untuk mengeluarkan strategi ekonomi dengan tujuan untuk memecahkan kedua masalah tersebut. Strategi ini disebut dengan Womenomics, berpusat kepada usaha pemerintah memfasilitasi potensi terpendam para perempuan Jepang agar dapat lebih aktif dalam dunia kerja tanpa harus memilih antara pekerjaan atau keluarga. Meskipun demikian, ternyata strategi ini memunculkan masalah-masalah baru. Salah satunya adalah kasus maternity harassment yang terjadi di lingkungan kerja Jepang.

Digunakan empat media massa online dalam penelitian ini, yang merupakan bagian dari dua portal media besar Jepang yaitu Yomiuri Grup dan Nikkei Grup. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif konten analisis dan purposeful sampling untuk membatasi artikel yang digunakan berfokus kepada kualitas bukan kuantitas artikel. Teori yang digunakan adalah analisis framing media oleh Entman untuk menganalisis isi berita terkait isu tersebut, dan teori discipline and punish untuk membantu menjelaskan munculnya fenomena maternity harassment dalam perusahaan Jepang.

Dalam penelitian ditemukan keempat portal media menunjukkan peran kolaboratif dan fasilitatif dalam menyampaikan artikelnya. Media membingkai (framing) bahwa terdapat jarak antara implementasi regulasi dengan keadaan dalam perusahaan. Media membingkai bahwa iklim perusahaan Jepang menggunakan kehamilan sebagai push factor perempuan agar keluar dari perusahaan.

<hr>The condition of Japan's stagnant economic, and the lack number of productive workforce, has prompted the government to issue an economic strategy with the aim to solving these two major problems. This strategy is called Womenomics, centered on the government's efforts to facilitate the hidden potential of Japanese women to be more active in the bread workforce without having to choose between work or family. However, it turns out this strategy raises new problems. One of those problem is the case of maternity harassment that occurs in the Japanese work environment.

Four online mass media were used in this research, which are part of two major Japanese media portals Yomiuri Group and Nikkei Group. This research used qualitative content analysis and purposeful sampling method to limit the focus on quality not quantity of the articles. This research used analysis of media framing model by Entman to analyse the news content related to the issue, and the theory of discipline and punish by Foucault to help explain the emergence of the phenomenon of maternity harassment in Japanese companies.

This research found the media articles show collaborative and facilitative role in spreading maternity

harassment issue. The media frame there are gap in the interaction between the government strategies implementation, companies, and female workers. Media also frame that Japanese corporate culture used pregnancy as a push factor to force women to leave their career.